



## Creación de un anuncio web para un portal on-line

### Objetivo



Importante crear un gráfico publicitario que sea coherente con el programa de identidad gráfica analizado en la marca, organización y/o entidad escogida. Tener presente que debe de incorporarse en una web, no es obligado que aparezca el logotipo, dependerá del tipo de anuncio, pero si que es imprescindible seguir aspectos tratados en su identidad.

Cuidar al máximo la comunicación, es decir, el publico debe de entender al máximo de las posibilidades el mensaje a comunicar, su intencionalidad, ya sea un producto específico, un **evento**, un **mensaje en concreto**.



## La marca

La base de la creación del banner publicitario surge del estudio e implementación del manual de identidad de BMW, proporcionado por BMW.

### “Marketing and Corporate Identity Guidelines”

En él se nos detallan una serie de notas que hay que seguir para la correcta difusión de los valores de la marca y para no desvirtuar la imagen de la misma.

Un estilo elegante y sobrio.

No aparecen caras ni modelos en el montaje.

Siempre una fotografía de un coche real, es decir, sin desenfoques de movimiento que generen falsas sensaciones de velocidad o retoques de color anti-natural.

## La realización

Generar una imagen metafórica sobre una idea y desarrollarla en 3D ya que es un recurso que BMW ha usado ocasionalmente. De esta forma se evita el hecho de coger una imagen de stock no realizada por mi y de desarrollar creatividad sin tener que realizar la típica foto al coche, ya que lo que se pretende vender es el concepto global en todos los modelos de gama deportiva y la marca.





## La idea

En un principio analicé el mercado del automóvil y, en especial, el targeting histórico de BMW para ver los pros y los contras de cada uno de los motivos de la compra de un coche.

**1- La velocidad :**La potencia y la velocidad eran propiedades muy buscadas hace unos años pero ahora ,las restricciones de velocidad y la crisis hace que los viajes de larga distancia y vacaciones hayan disminuido y, por lo tanto, la movilidad en la ciudad y el transporte publico han aumentado.

**2- El confort:** Una característica muy valiosa para realizar una compra. Aunque la gran mayoría de la competencia tiene mejores precios y los parecidos avances tecnológicos que ofrecen el mismo confort a un precio mucho mas asequible, no son BMW.

**3- La seguridad:** La seguridad es un valor indispensable pero el usuario da por sentado que debe tener todo lo necesario para sentirse seguro.

**4- Potenciando las sensaciones:** Mi reflexión es que , en tiempos de crisis, todavía hay bastante gente que tiene un alto nivel adquisitivo ,incluso personas que no tienen tanto se pueden permitir el echo de comprarse un coche ya que siempre se han privado de ellas, y que siempre han tenido en mente que algún día tendrían un buen coche.

Este tipo de producto tendría como targeting a las siguientes personas.

**Hombre :**Tradicionalmente BMW va dirigido a un público mayoritariamente masculino . Por lo tanto mantengo ese targeting aunque, de forma abierta, sin generar un anuncio tendencioso y sexista.

## La persona ahorradora y racional.

Toda una vida de **racionalidad** a la hora de comprar y consumir,sin malgastar.

## La persona separada.

El divorcio como causa de compra de coches de alta gama.

Según datos del Instituto de Política Familiar (IPF) , la tasa anual de divorcios en España se encuentra en un crecimiento suficiente como para superar el número de matrimonios en el país dentro de seis años. El informe muestra que, cada cuatro minutos, se rompe un matrimonio en España, y que el incremento de las uniones civiles, de las parejas de hecho, de los hijos nacidos fuera del matrimonio y la crisis son también causas de este panorama.

Por ello, en muchos hombres esta sensación de vacío después de la separación y de vuelta a estar en el mercado tienden a fijarse más en el aspecto exterior y a potenciar el ego con la finalidad de mostrar, que no están tan mal como a simple vista la situación pudiera parecer, realizando actos que en muchos casos tenían en mente y nunca se atrevían a dar el paso.

Por ello DATE UN CAPRICHIO.



## La imagen corporativa de la empresa El slogan

### Date un Capricho:

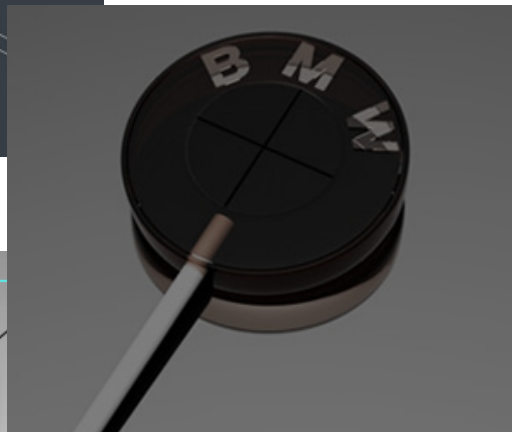
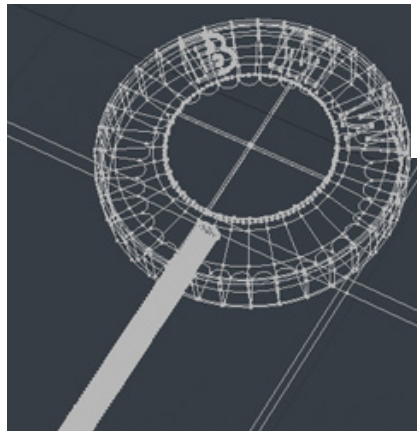
La necesidad de vender esos coches deportivos que por culpa de las limitaciones de velocidad y la crisis cuestan más de vender me da como idea la de que simplemente es el momento de regalarte algo que el usuario piensa que es el momento.

### Sensaciones BMW

La idea es la de potenciar esa imagen de “tener un cierto estatus”, comodidad, potencia y seguridad que ofrece un BMW.

De esta forma podríamos generar una serie de anuncios que hable sobre el tema de las sensaciones que nos haría sentir si tuviéramos un BMW, cualquiera...





## Implementación

En la creación quería ilustrar la marca bmw como si de un caramelo se tratase, me decante por una piruleta de caramelo porque de esa forma el palo me equilibraba la imagen por la izquierda.

Después de plasmar la idea modele el logotipo , texturize con 3d studio y por ultimo render con un material tipo translucido.

A nivel de retoque utilicé la superposición de una capa desenfocada para darle un toque más idílico, además de intensificar las zonas blancas de la imagen.

A nivel tipográfico Me he basado en la tipografía corporativa de la empresa.

DATE UN CAPRICHIO

Helvetica-light **Slogan**

**SENSACIONES BMW**

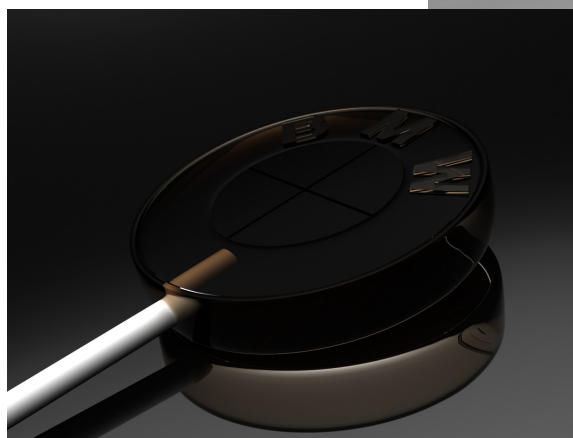
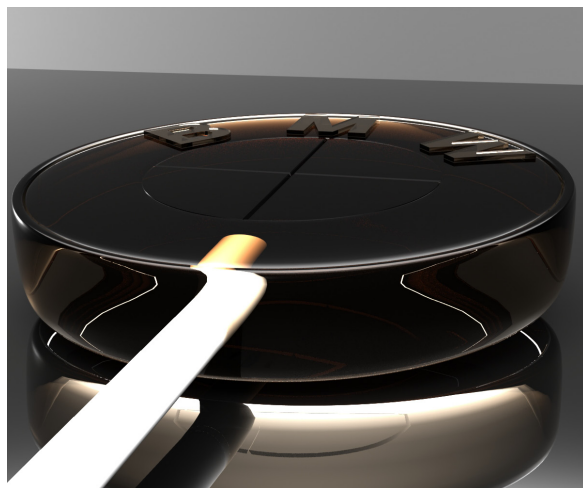
Helvetica 75 Bold **Slogan de la campaña**

DATE UN CAPRICHIO  
SENSACIONES BMW



## Resultados

Algunos resultados generados con el 3d y retoque de imagen.





## Aplicacion

Banner aplicado en el portal de elpais.com.

Buena legibilidad y buena integración en relación al color de la web

Jueves, 5 de marzo de 2009 - 10:23 h

Edición Nacional [cambiar](#)

# EL PAÍS.com

DIARIO EL PAÍS

Inicio Internacional España Deportes Economía Tecnología Cultura Gente y TV Sociedad Opinión Blogs Participa  buscar

Videos | ELPAÍS TV | Fotos | Gráficos | Audios | Índice | Lo último | Lo más visto | A fondo | Archivo | Mi País Servicios | Clasificados | Edición Impresa

## ENTREVISTA DIGITAL

¿Es posible encontrar empleo? Consulta las recomendaciones de la experta Carolina Mouné

### ELECCIONES AUTONÓMICAS

#### López cierra puertas a un acuerdo con el PNV

[comentarios](#)

Los nacionalistas se reúnen hoy con el socialista, al que acusaron ayer de planear "un golpe institucional"

- El PP buscará principios comunes con los socialistas
- "La cuadratura del círculo", por JOSEP RAMONEDA
- CONSULTA EL RESULTADO ELECTORAL • Encuesta

### La banca encarece el crédito pese a la drástica caída del Euríbor

LUIS DONCEL - [comentarios](#)

El tipo se acerca a su mínimo histórico pero se cargan diferenciales hasta de 2,5 puntos en los préstamos

- El mercado espera del BCE un recorte de tipos al 1,5%
- Citación judicial para siete ejecutivos de Merrill Lynch

### Las iniciales de Bárcenas aparecen en papeles de la trama corrupta

El informe enviado por la policía recoge la existencia de documentos en los que figuran las iniciales L. B.

- El fiscal no ve indicios relevantes contra parlamentarios
- Garzón y los jueces del 11M buscan presidir la Audiencia

### Sólo se salva Canarias

Protección Civil alerta por el fuerte temporal de viento y nieve que azota 16 comunidades

- Consulta el TIEMPO • y las CARRETERAS
- Envía fotos y consulta las de los lectores

### Pinto y Messi salvan al Barça

LUIS MARTÍN | Palma

Los azulgrana alcanzan la final en Mallorca gracias a un penalti parado por el portero y un gol del delantero

- El Athletic retoma su esplendor • Fotogalería

### ¿Qué pasó hace 25 años?

El 5 de mayo de 1985 Athletic y Barcelona disputaron la final. Y se recuerda por los incidentes. LEE la crónica de aquel día

VÍDEO: Así fue la tangana (YouTube)

publicidad

DATE UN CAPRICHOSENSACIONES BMW

### No se trata de tener música sino de oírla

LAIA REVENTÓS

Entrevistamos al fundador del nuevo fenómeno en Internet

Spotify

Faltaba la tasa por ir al lavabo

Lo último Agencia EFE Lo más visto ...enviado